

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

Fakultas Ekonomi dan Komunikasi

Jurusan Komunikasi Pemasaran

Skripsi Sarjana

Semester Genap 2014/2015

**PENGARUH *INSTAGRAM* TERHADAP *BRAND AWARENESS*
KOULTOURA COFFEE DI KALANGAN KOMUNITAS *YOUTH GBI*
PETAMBURAN****Regina Fransisca 1501152435****Abstrak**

Tujuan untuk mengetahui seberapa besar hubungan yang diberikan oleh Instagram terhadap brand awareness Koulтура Coffee dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh Instagram terhadap brand awareness Koulтура Coffee. **Metode** yang digunakan adalah penelitian kuantitatif asosiatif, dengan teknik menyebarkan kuisioner kepada 100 responden yaitu jemaat GBI Petamburan. Penelitian memiliki variabel media sosial Instagram (X) dan brand awareness Koulтура Coffee (Y). **Hasil** pengolahan data menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan valid, reliable, dan normal dengan keseluruhan 29 butir pernyataan memiliki nilai sangat signifikan. Besar hubungan antara Instagram terhadap brand awareness Koulтура Coffee sebesar 0,740 dan Brand awareness analisis regresi disimpulkan bahwa adanya pengaruh yang cukup besar antara Instagram terhadap brand awareness Koulтура Coffee sebesar 54,8% dan sisanya sebesar 45,2% dipengaruhi oleh variable lainnya. Dan **Simpulan** bahwa hubungan dan pengaruh yang diberikan oleh Instagram terhadap brand awareness Koulтура Coffee adalah cukup baik.(RF)

Kata Kunci: Brand Awareness, Coffee shop

Abstract

Purpose to determine how much the relations given by Instagram against Koultoura Coffee brand awareness and to find out how much influence given by the Instagram brand awareness Koultoura Coffee. ***Method*** used is quantitative research is associative, with the technique of distributing questionnaires to 100 respondents of GBI Petamburan. Research has variable social media Instagram (X) and brand awareness Koultoura Coffee (Y). ***Results*** of data processing indicates that the measuring instrument used valid, reliable, and normal with an overall 29 point declaration has a very significant value. And a great relations between the Instagram brand awareness Coffee Koultoura of 0.740 and Brand awareness regression analysis concluded that the presence of considerable influence among Instagram Koultoura Coffee brand awareness by 54.8% and the remaining 45.2% is influenced by other variables. ***Conclusion*** that the relationships and influence provided by the Instagram brand awareness Koultoura Coffee is good enough.(RF)

Keywords: Brand Awareness, Coffee shop